

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Perubahan teknologi saat ini dapat berkembang dan berubah begitu cepat ke arah yang lebih baik. Saat ini manusia sangat tergantung kepada teknologi sehingga menjadikan teknologi sebagai kebutuhan dasar manusia. Salah satu perkembangan teknologi yang kini cukup besar perkembangannya yaitu internet. Internet menyediakan berbagai macam pengetahuan yang luas dan jelas, selain itu internet juga menawarkan pengetahuan bisnis bagi para wirausahawan, memberikan hiburan seperti game online, bahkan juga bisa digunakan sebagai sarana komunikasi yang efisien.

Perkembangan teknologi internet tersebut berdampak pula pada berubahnya gaya hidup masyarakat yang sebelumnya tidak memperdulikan perubahan tetapi saat ini mulai memandang internet sebagai sebuah kebutuhan. Masyarakat modern merasa bahwa internet dapat memberikan manfaat bagi aktivitas yang dilakukannya. Kemudahan yang ditawarkan dalam menggunakan internet membuat masyarakat mulai merasa bahwa masyarakat kini membutuhkan internet dan bahkan menjadikan internet sebagai sebuah kebutuhan.

Internet memberikan kemudahan serta kecepatan untuk para penggunanya saat melakukan aktivitas melalui internet. Sehingga masyarakat saat ini mulai merasa nyaman menggunakan internet karena selain menghemat waktu masyarakat juga dapat mengetahui hal hal yang dibutuhkannya melalui internet dengan cepat serta

akurat. Perubahan gaya hidup masyarakat tersebut dimanfaatkan oleh berbagai macam sektor bisnis dalam menjual produk yang dimiliki, tidak terkecuali sektor perbankan. Saat ini sektor perbankan mulai memanfaatkan perubahan gaya hidup masyarakat tersebut dengan mulai menghadirkan teknologi pada dunia perbankan, salah satunya yakni hadirnya *e-banking*.

*E-banking* merupakan produk dan jasa bank yang secara langsung dapat digunakan nasabah melalui media elektronik. *E-banking* merupakan sistem yang memungkinkan nasabah sebuah bank untuk mengakses rekening, melakukan transaksi bisnis, maupun mendapatkan informasi produk dan jasa bank melalui piranti pintar elektronik seperti *Computer* atau PC, *handphone*, *tablet*, ATM, maupun telepon. Yang termasuk saluran *e-banking* yaitu *internet banking*, *phone banking*, *sms* atau *m-banking*, dan ATM.

Perkembangan teknologi dalam perbankan menunjukkan hal yang positif dengan hadirnya internet dalam bisnis tersebut. Nasabah cukup menggunakan alat elektronik berupa HP, Laptop, Tablet, maupun alat elektronik lainnya yang terdapat fasilitas internet untuk melakukan transaksi perbankan, mendapatkan informasi mengenai pelayanan bank yang tersedia, serta juga bisa memperoleh informasi produk dari bank tersebut tanpa harus meninggalkan rumahnya. Perubahan tersebut jelas lebih menguntungkan dari perkembangan sebelumnya, karena selain mendapatkan pelayanan yang efisien dan nyaman, para nasabah dapat menghindari jam operasional bank yang tidak nyaman serta dapat menghindari antrian panjang

Hampir di semua bank saat ini menghadirkan *e-banking* untuk memudahkan nasabahnya serta memberikan kenyamanan dan kepuasan bagi

nasabahnya, tidak terkecuali PT. Bank Central Asia Tbk (BCA). BCA merupakan salah satu bank yang juga memberikan fasilitas *e-banking* bagi nasabahnya. Bank BCA merupakan salah satu bank kenamaan di Indonesia yang dituntut untuk mampu memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah agar mampu bersaing dengan bank bank lain, baik dengan bank Pemerintah, Bank Swasta, maupun Bank Asing. Bank BCA berdiri sejak tahun 1957, dan memiliki komitmen “Senantiasa di Sisi Anda”. BCA akan menjaga kepercayaan nasabah dan harapan nasabah serta stakeholders lainnya, demi tercapainya pertumbuhan yang berkesinambungan. Hingga Juni 2013, tercatat jumlah nasabah Bank BCA mencapai lebih dari 12 juta dan jaringan kantor mencapai 1.028 tersebar di seluruh Indonesia dengan 12.249 unit ATM ([www.bca.co.id](http://www.bca.co.id)).

Pada beberapa tahun ini Bank BCA mulai melihat gaya hidup para nasabah yang mulai beralih dari kebiasaan mengunjungi kantor cabang, kini mulai beralih menggunakan teknologi. Kebanyakan masyarakat modern cenderung lebih menyukai sesuatu yang *instant* yang tidak membutuhkan banyak waktu dan usaha. Akibat yang nyata dari perubahan tersebut adalah mulai ditinggalkannya kantor cabang bank-bank yang ada di Indonesia. Nasabah mulai berfikir tanpa harus datang ke kantor cabang, nasabah juga bisa melakukan transaksi perbankan dengan menggunakan alat elektronik yang memiliki fasilitas internet dan nasabah juga dapat menggunakan mesin ATM yang dapat kita sebut dengan *e-banking*.

Dalam laman [www.okezone.com](http://www.okezone.com) memberikan informasi bahwa nasabah pengguna e-banking yang transaksinya melalui internet banking terus melonjak. Pada Juni 2015 jumlah transaksi melalui internet banking BCA mencapai 668,9 juta

transaksi, meningkat jika dibandingkan jumlah transaksi posisi Juni 2014 yang mencapai 541,1 juta transaksi. Sedangkan mesin ATM masih menjadi pilihan nasabah untuk melakukan transaksi tarik tunai maupun dengan setor tunai, karena saat ini sudah tersedia mesin setor tunai. Jumlah transaksi melalui mesin ATM pada Juni 2015 mencapai 873,1 juta transaksi dengan nilai Rp899,4 triliun. Jumlah ini meningkat dibandingkan periode yang sama tahun 2014 dengan jumlah transaksi 807,2 juta transaksi senilai Rp833,3 triliun.

**Tabel 1.1**  
***BEST BANK SERVICE EXCELLENCE***

RANKING	TAHUN	
	2013	2014
1	Bank Mandiri	Bank Mandiri
2	Bank BNI	Bank BNI
3	Bank Permata	Bank Permata
4	Bank BRI	Bank BRI
5	Bank Danamon	Bank Danamon
6	Bank CIMB Niaga	Bank Bukopin
7	Commonwealth Bank	Commonwealth Bank
8	Bank BII	Bank CIMB Niaga
9	Bank OCBC NISP	Bank BII
10	<b>Bank BCA</b>	Bank OCBC NISP

Sumber : Majalah Infobank edisi Mei 2014

Tabel 1.1 merupakan tabel hasil peringkat bank-bank di Indonesia yang berhasil meraih penghargaan sebagai *best bank service excellence*. Tabel tersebut menunjukkan bahwa pada tahun 2013, bank BCA menempati urutan ke sepuluh dalam sepuluh besar bank peraih *best bank service excellence*. Namun di tahun 2014, bank BCA tidak termasuk dalam sepuluh besar peraih *best bank service excellence*. Hal tersebut menunjukkan bahwa ada penurunan keunggulan layanan yang diberikan oleh bank BCA kepada nasabahnya, yang dapat mengakibatkan penurunan tingkat ke

puasan nasabah. Sehingga perlu dilakukan penelitian faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan nasabah bank BCA.

Transaksi yang dilakukan dengan menggunakan *e-banking* membutuhkan kepercayaan serta keyakinan akan sebuah keamanan bagi nasabahnya. Oleh karena itu, bank BCA perlu melakukan manajemen hubungan nasabah yang baik dengan nasabahnya. Menurut Buttle (2007 : 48) mendefinisikan, bahwa “Manajemen hubungan pelanggan atau Customer Relationship Management (CRM) adalah strategi inti dalam bisnis yang mengintegrasikan proses-proses dan fungsi-fungsi internal dengan semua jaringan eksternal untuk menciptakan serta mewujudkan nilai bagi para konsumen sasaran secara profitabel”.

Bank BCA perlu menciptakan hubungan yang baik dengan nasabahnya untuk memperoleh dana yang besar dari nasabahnya yang dapat meningkatkan kinerja operasional bank jika bank mampu mengidentifikasi, memuaskan, dan sukses mempertahankan nasabah yang paling menguntungkan. Dengan meningkatnya kesetiaan nasabah maka secara tidak langsung juga akan meningkatkan jumlah nasabah yang dimiliki oleh Bank BCA. Kesetiaan nasabah tersebut akan memberikan keuntungan bagi bank sehingga Bank BCA bisa lebih mengetahui apa saja yang dibutuhkan oleh nasabahnya, serta bank juga bisa lebih tanggap terhadap keinginan para nasabahnya sehingga bank BCA bisa menyediakan produk atau jasa yang lebih efektif dan sesuai dengan keinginan nasabah.

Selain membangun Manajemen Hubungan Nasabah, Bank BCA juga perlu meningkatkan ekuitas mereknya agar nasabah lebih mempercayai Bank BCA. Menurut Agus Hermawan (2012 : 57) ekuitas merek adalah “seperangkat asset dan

keterpercayaan merek yang terkait dengan merek tertentu, nama, dan/atau symbol, yang mampu menambah atau mengurangi nilai yang diberikan oleh sebuah produk atau jasa, baik bagi pemasar atau perusahaan maupun nasabah”. Nilai ekuitas merek bagi pemasar atau perusahaan dapat memperbesar peluang keberhasilan program pemasaran dalam memikat konsumen baru atau merangkul konsumen lama. Dengan adanya nilai ekuitas merek yang tinggi diharapkan Bank BCA dapat memberikan kepuasan serta kepercayaan yang tinggi terhadap nasabah dalam menggunakan fasilitas *e-banking* yang di berikan oleh Bank BCA.

Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“PENGARUH MANAJEMEN HUBUNGAN NASABAH, EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUASAN NASABAH *E-BANKING* BANK BCA DI SURABAYA”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dari latar belakang tersebut , maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Apakah manajemen hubungan nasabah berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah *e-banking* Bank BCA di Surabaya?
- b) Apakah ekuitas merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah *e-banking* Bank BCA di Surabaya?
- c) Apakah manajemen hubungan nasabah dan ekuitas merek secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah *e-banking* Bank BCA di Surabaya?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini memiliki beberapa tujuan diantaranya adalah :

- a) Menganalisis signifikansi pengaruh manajemen hubungan nasabah terhadap kepuasan nasabah *e-banking* Bank BCA di Surabaya
- b) Menganalisis signifikansi pengaruh ekuitas merek terhadap kepuasan nasabah *e-banking* Bank BCA di Surabaya
- c) Menganalisis signifikansi pengaruh manajemen hubungan nasabah dan ekuitas merek secara simultan terhadap kepuasan nasabah *e-banking* Bank BCA di Surabaya

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

#### **1. Bagi Perusahaan**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada bank BCA mengenai pengaruh manajemen hubungan nasabah dan ekuitas merek terhadap kepuasan nasabah, dan dapat dijadikan masukan dalam meningkatkan kepuasan

#### **2. Bagi Peneliti**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi peneliti untuk mempelajari dan menambah wawasan tentang manajemen hubungan nasabah dan ekuitas merek terhadap kepuasan nasabah.

#### **3. Bagi STIE Perbanas**

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi lembaga agar dapat menjadi referensi dan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan

studi mengenai perbankan, serta dapat dimanfaatkan sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya.

### **1.5 Sistematika Penulisan Skripsi**

Sistematika penulisan yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini akan membahas latar belakang masalah yang akan di teliti, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta yang terakhir yakni sistematika penulisan.

2. BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan membahas tinjauan pustaka yang berisi penelitian terdahulu, landasan teori, kerangka pemikiran, dan juga hipotesis penelitian.

3. BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan membahas rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi, sampel, teknik pengambilan sampel, data, metode pengumpulan data serta teknik analisis data.

4. BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai responden dan analisis data yang meliputi analisis deskriptif, analisis statistik serta pengujian hipotesis dan pembahasan dari hasil penelitian yang telah dilakukan.

5. BAB V : PENUTUP

Pada bagian ini diuraikan mengenai kesimpulan dari penelitian yang dilakukan berdasarkan hasil analisis data, menjelaskan keterbatas penelitian yang ada, dan memberikan saran bagi pengembangan penelitian selanjutnya